

7 Schritte zu einer erfolgreichen Strategie für die digitale Transformation

Die digitale Transformation ist ein Prozess

Investitionen in Initiativen zur digitalen Transformation sind seit COVID-19 sprunghaft angestiegen. Unternehmen sind zu völlig neuen Geschäftsmodellen übergegangen, um Flexibilität, Effizienz und Kostenkontrolle zu fördern. Geschäftskritische Services aller Art werden digitalisiert, z. B. zu Onlineshopping-Erfahrungen, Fernunterricht, medizinischer Versorgung durch Telemedizin oder automatisierter Optimierung der Lieferkette. Das Jahr 2020 war für kein Unternehmen einfach, doch diejenigen, die dennoch erfolgreich sind, haben sich eine digitale Dienstleistungsmentalität zu eigen gemacht.

Services sind für Unternehmen von entscheidender Bedeutung, um die von ihren Stakeholdern und Endbenutzern erwarteten Erfahrungen auf effektive Weise zu ermöglichen. Ein digitaler Service ist eine Online-Funktion oder -Fähigkeit, die einen Bedarf eines Kunden, eines digitalen Partners, eines Bürgers oder eines internen Verbrauchers erfüllt.

Wie transformieren erfolgreiche Unternehmen ihre Services? Die digitale Transformation ist eine Reise, die einen kulturellen, technologischen und betrieblichen Wandel erfordert, der die Endbenutzererfahrung in den Mittelpunkt stellt. Durch die Migration von Anwendungen in eine Cloud-first-Infrastruktur und die digitale Bereitstellung von Services haben Unternehmen mehr Freiheit, sich an Kunden- und Geschäftsanforderungen anzupassen. Doch wo soll man beginnen? Was sind die entscheidenden Schritte auf dieser Reise? Im Folgenden finden Sie sieben Schritte, die Sie bei der Transformation Ihrer digitalen Services beachten sollten.

1. Verstehen Sie die Cloud-Strategie Ihres Unternehmens.

Ermitteln Sie, welche wichtigen Services in die Cloud migriert werden. Wenn Sie die Cloud-Strategie des Unternehmens verstehen und wissen, welche Service-Initiativen bereits digitalisiert wurden oder aktuell digitalisiert werden, kann Ihr Team feststellen, welche Stakeholder und Unternehmensbereiche bereit und offen für die Umsetzung eines modernen, kundenorientierten Ansatzes für das Service-Management sind.

2. Ermitteln Sie die kritischen Services, die für das Unternehmen am wichtigsten sind.

Analysieren Sie wichtige kundenbezogene Vorfälle, um Hinweise auf mögliche Probleme und betroffene Services zu erhalten. Gibt es Services, die von den Führungskräften konsequent genutzt werden? Identifizieren Sie wichtige Stakeholder in den Bereichen Operations, Entwicklung, Sicherheit und Business, die für P1-Serviceausfälle und -vorfälle verantwortlich sind.

Ermitteln Sie anschließend die Stakeholder, die die Initiativen zur Umsetzung der Strategie vorantreiben, und die Gründe für diesen Wandel. Zu den geschäftlichen Gründen für eine Transformation gehören neuer Marktdruck, Kostensenkung und Risikominderung. Auf der technischen Seite können die Modernisierung der alten Infrastruktur oder neue technische Fachkenntnisse und der Bedarf an Arbeitskräften diese Initiativen vorantreiben.

3. Identifizieren Sie KPIs für eine Ebene Ihres Unternehmens.

Sobald Sie die wichtigsten Services für Ihr Unternehmen ermittelt haben, legen Sie KPIs fest, um ihren Erfolg zu messen und ihre Ziele nachzuverfolgen. Beginnen Sie mit Zielen, die für Ihr Team von Bedeutung sind. IT-Operations-Teams können mit dem Monitoring von KPIs für eine bestimmte Art von Infrastruktur beginnen (z. B. Datenbank-Performance). Die Teams für Service-Bereitstellung und -Sicherung können mit dem Monitoring von Trends und Aufkommen der Geschäftsaktivitäten beginnen.

4. Legen Sie gemeinsame Business-KPIs für mehrere Teams fest.

Als Nächstes sollten Sie gemeinsam mit den Service-Stakeholdern der verschiedenen Abteilungen Ziele festlegen, die von allen Teams gemeinsam erreicht werden können. Diese gemeinsamen Ziele sollten sich an den Unternehmenszielen orientieren, z. B. an dem generierten Umsatz oder der Kundenzufriedenheit. Heute haben die technischen Teams mehr denn je Anreize, um ihre Initiativen an den Unternehmenszielen auszurichten. CIOs und IT-Teams müssen den Wert der IT für das Unternehmen zeigen. Entwicklungsteams sind in zunehmendem Maße für den Schutz der Performance des Unternehmens verantwortlich, da immer mehr Anwendungen zur Umsatzgenerierung benötigt werden.

Bringen Sie die Stakeholder aus den Bereichen Wirtschaft und Technologie zusammen, um zunächst gemeinsame KPIs festzulegen und anschließend die richtigen Messgrößen zur Unterstützung dieser KPIs in den verschiedenen Abteilungen zu sammeln. Die KPIs Ihres Teams sollten Sie bereits in Schritt 3 festgelegt haben.

5. Erfassen Sie die Unternehmensarchitektur und KPIs für einen Service.

Dokumentieren Sie anhand der Stakeholder-Informationen aus dem vorherigen Schritt die geschäftlichen und technischen KPIs in Bezug auf einen einzelnen Service. Erfassen Sie die gesamte Dienstarchitektur und ordnen Sie ihre Komponenten den zugehörigen geschäftlichen und technischen Metriken zu (d. h. dem End-to-End-Workflow und der unterstützten Infrastruktur).

Erstellen Sie schließlich Dashboards, die geschäftliche und technische KPIs visualisieren und die Ursachenanalyse bei einer Verschlechterung des Services unterstützen. Gehen Sie über einfache Berichtsvorlagen hinaus, indem Sie KPI-Definitionen einbeziehen und technologische Metriken den KPIs zuordnen, die sie unterstützen. Erstellen Sie ein einheitliches Daten-Repository für verschiedene Systeme, um die Metriken zu sammeln und verschiedenen Benutzern zugänglich zu machen.

6. Erstellen Sie prädiktive Einblicke für einen Service.

Mit der Fähigkeit, für die Visualisierung und das Monitoring für einen Service von Anfang bis Ende zu gewährleisten, besteht der nächste Schritt darin, Algorithmen einzurichten und zu trainieren, um vorausschauende Intelligenz für einen Service zu erreichen. Beginnen Sie mit der Erprobung verschiedener fortgeschrittener Algorithmen bei einem Service. Erstellen Sie keine Warnmeldungen oder Reaktionen, bevor sie nicht validiert wurden. Trainieren Sie die Algorithmen des maschinellen Lernens anschließend für den Zustand der KPIs.

Diese variieren je nach Branche, Beispiele können jedoch Services für mobile Zahlungen, Bürgerservices oder die Bearbeitung von Schadensfällen sein.

7. Richten Sie ein Kompetenzzentrum für Daten ein.

Erweitern Sie die Monitoring-Strategie und den ganzheitlichen Rahmen auf weitere Teams und unterstreichen Sie die Vorteile der Korrelation einer größeren Datenmenge an einem Punkt. Je mehr Teams diese ganzheitliche Monitoring-Strategie übernehmen, desto größer wird die Akzeptanz. Eine Möglichkeit, den Mehrwert dieser Maßnahme zu vermitteln, besteht darin, dass die Teams ihre Daten mithilfe des neuen vorgeschlagenen Ansatzes visualisieren können. Bieten Sie ihnen an, ein Dashboard für sie zu erstellen, indem Sie Ihr Dashboard-Framework und Ihre Plattform verwenden. Wenn ein Problem auftritt, können Sie Ihre Intelligenz nutzen, um ihnen mitzuteilen, welche Fehler in ihren Systemen aufgetreten sind.

Ermöglichen Sie schließlich die Automatisierung und Orchestrierung von Prozessen, um mehr Ausfälle vorherzusagen und die Behebungszeiten zu verkürzen. Integrieren Sie Accountability-Mechanismen, die Daten und Analysen nutzen, um effiziente Workflows und stärker automatisierte Prozesse zu fördern.

Die digitale Transformation ist ein Prozess, der sich nicht über Nacht vollzieht. Durch die Ausrichtung digitaler Services, unterstützender Teams und Technologien an den Unternehmenszielen können Sie sicherstellen, dass die Endbenutzererfahrung an erster Stelle steht.

Weitere Informationen zu digitalen Services und der digitalen Transformation finden Sie auf splunk.com/de_de/it.